

0716692-1

На правах рукописи



Худайкулов Нуриддин Надирович

**ЭТИКА ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА
В КОНТЕКСТЕ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО
ПРОЦЕССА РЕФОРМИРУЮЩЕГОСЯ ОБЩЕСТВА**

Специальность 22.00.04 – социальная структура, социальные институты и
процессы

АВТОРЕФЕРАТ

Казань, 2000

Работа выполнена на кафедре гуманитарных наук Камского политехнического института.

Научный руководитель:

доктор философских наук,
профессор Н.С. Фатхуллин

Официальные оппоненты:

доктор философских наук,
профессор В.К. Падерин

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА
КФУ



0000947707

кандидат социологических наук,
старший научный сотрудник
Л.А. Шатрова

Ведущая организация:

Современный гуманитарный
институт, г. Москва.

Защита состоится 22 июня 2000 г. в 14 часов на заседании диссертационного совета К 053.29.16 при Казанском государственном университете имени В.И. Ульянова-Ленина по адресу: 420008, г. Казань, ул. Кремлевская, 18, ауд. 1111.

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Казанского государственного университета.

Автореферат разослан "22" мая 2000 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета
кандидат философских наук,
доцент

С.А. Ахметова

Актуальность диссертационного исследования. Содержание российских реформ сделало предпринимательство своего рода зеркалом этих процессов. Динамика его этических представлений, развивающаяся в политическом пространстве постсоветского общества, в значительной мере определяет ход реформ и предопределяет их результаты.

Этика отражает как отношение предпринимателя к самому себе, к своему месту в обществе, так и отношение к другим социальным субъектам. Но этика предпринимательства не просто испытывает давление других этических систем в российском обществе, она сама “вырастает” из принципиально иной системы этических представлений. Этот сложный этический процесс разворачивается в более широком социальном контексте происходящих в постсоветском пространстве изменений, активно воздействуя на позиции всех социальных субъектов, на их отношения друг к другу и реформам в целом.

Обновление социума проявляется прежде всего в изменении его структурно – функциональной организации. Если другие социальные страты постсоветского общества претерпевают более или менее значительные изменения по сравнению с тем, что они представляли собой в советский период нашей истории, то предприниматели в силу 60 – летнего перерыва, утратили наследование со своим предшественником – предпринимательством дореволюционной России и эпохи НЭПа, а в силу особенностей современной России не может обрести устойчивую опору в опыте Запада.

Именно этот социальный слой олицетворяет современные российские реформы и поэтому изучение его духовного облика, диалектики его становления выдвигается на авансцену исследований социологов.

Степень изученности и разработанности темы. Проблема формирования и развития этики предпринимательства занимает прочное место в классической и современной социологии, начиная с К. Маркса и М. Вебера.

В зарубежной литературе разработан широкий спектр вопросов, связанный с различными аспектами данной проблемы. Однако западная социология, в том числе и современная, не может, да и, за редким исключением, не ставит своей целью раскрыть особенности динамики этических процессов в современной России.

В то же время проблема формирования и развития этики предпринимательства активно разрабатывалась в отечественной науке, начиная с С. Н. Булгакова, Н. К. Михайловского, Г. В. Плеханова и других. Надо подчеркнуть, что и в советской историографии проблемы отечественного предпринимательства и прежде всего его социокультурные, морально -

этические аспекты находили широкое, хотя и крайне негативное, а потому и одностороннее отражение.

Новый импульс был дан перестройкой и развившимися вслед за ней радикальными реформами постсоветского периода. В работе отечественных авторов исследуются многие аспекты проблемы.

Ряд интересных положений о специфике современного российского предпринимательства содержится в работах Л.Абалкина, Г.Абрамшвили, И.Бунина, В.Гимпельсона, М.Грачева, В.Иванова, В.Познякова, В.Смолькова и другие.

Эти авторы исследуют формирование и функционирование предпринимательства как социальной группы в полисубъектном обществе, его роль и значение в системе межсубъектных отношений. Особенности России привлекают внимание исследователей к проблемам безопасности и конфликтов предпринимательства (З.Бласова, Г.Гаджиев, М.Мнацаканян, Н.Суханов, Г.Яни и др.), отражающихся в массовом сознании, в оценке и самооценке представителей российского бизнеса, формирующих этические представления этой социальной группы. Следует выделить ряд авторов, специально занимающихся проблемой функционирования предпринимательства в социокультурном пространстве российского общества: Н.Зарубина, С.Климова, Л.Дунаевский, В.Марченко, М.Мелия, М.Розин, Н.Тихонова, А.Чепуренко, М.Нугаев, В.Радаев и другие. В этом же контексте разрабатывается проблема формирования социального портрета современного российского бизнеса (Л.Бабаева, В.Великанов, Ж.Грищенко, О.Емельянов, Н.Лалина, О.Перспеккин, Ю.Попов, А.Чирикова и другие). Многие отечественные и зарубежные авторы продуктивно разрабатывают тему предпринимательской этики. В этом плане можно отметить работы Л.Абалкина, А.Агеева, Р.Апресян, В.Баштановского, М.Вебера, Т.Веслена, П.Верхарна, В.Венедиктовой, Е.Вишневской, Д.Вегель, Ю.Давыдова, А.Данислянца, В.Дудченко, А.Захарова, В.Зайцева, С.Жунина, Н.Максимова, М.Оссовской, Ю.Попова и других.

Однако большинство исследований в традициях, восходящих к М. Веберу и С. Н. Булгакову тяготеют к императивной, формальной этике, не вполне учитывая актуализированную реформами этику ценностей (см. список использованной литературы). Такой подход ограничивает возможности познания специфики этической динамики в российском трансформирующемся обществе, а следовательно, и возможности контроля и управления этими процессами.

Основная цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является разработка когнитивно-объяснительной модели взаимодействия формирующихся этических представлений нарождающегося предпринимательства и объективного

ИЗДАНИЕ
И.А.АББАСОВ
ИЗДАТЕЛЬСТВО
ИЗДАТЕЛЬСТВО

состояния межсубъектных отношений в специфических условиях постсоветского российского общества. В этом плане выдвигаются следующие задачи:

- выявить особенности российских представлений о предпринимательстве;
- раскрыть взаимодействие этических представлений различных социальных групп и их влияние на формирование этики предпринимательства;
- обосновать значение этики в процессе идентификации и самоидентификации предпринимателей;
- дать анализ тенденций развития этики предпринимательства в современном российском обществе.

Объект и предмет исследования. Объектом исследования является процесс формирования этики современного российского предпринимательства. Предметом - воздействие социокультурной среды на формирование этики предпринимательства, интеграция в нее этических представлений предпринимателей.

Методологическая база исследования. Методология диссертационного исследования основана на системном подходе, предполагающем:

- историзм, то есть включение рассматриваемого процесса в широкий пространственно-временной контекст, где прошлое является необходимой предпосылкой и условием настоящего, а настоящее обнаруживает тенденции будущего состояния предмета;
- включенность предмета исследования в связи, отношения с другими сторонами, элементами объекта, интерактивность его развития;
- многомерность рассмотрения предмета с учетом наличия различных научных представлений, точек зрения, интегрируемым единством объекта, то есть необходимостью всестороннего анализа для построения адекватной его картины.

Такой подход разработан на основе теоретических и методологических исследований М. Вебера, Дж. Кейнса, И. Шумпетера, а также А. А. Гусейнова, Н. Н. Зарубина, В. М. Иванова, С. Г. Климова, М. О. Мнацаканяна, М. Осовской и др.

Научная новизна работы.

Формирование этики предпринимательства исследуется не в традиционном соотношении должного и сущего, а процессуально. Этика как система, а не механическая совокупность нравственных норм, принципов, правил, отношений между социальными субъектами, представляет собой единство общего(межсубъектного) и особенного(субъектного). Поэтому этика любой социальной группы необходимо включает общечеловеческую и групповую компоненты. Сами социальные группы представляют собой социальные системы, что предполагает наличие субэтик внутри любой социальной группы.

Таким образом любая этическая система развивается в политическом пространстве, испытывая воздействие других, не совпадающих и даже противоречащих ей этических систем. Социальная динамика постоянно изменяет и воспроизводит как общечеловеческую, так и групповую и субгрупповую компоненты этики.

Отсюда следует необходимость ситуативного изучения этики, то есть акцентирование не на содержании тех или иных этических норм и принципов, а на отражении в них действительных отношений конкретных социальных субъектов в конкретных социальных условиях.

Научная новизна данной работы и состоит в последовательном применении принципов процессуальности, ситуативности и интерактивности к изучению современного состояния этических представлений российских предпринимателей. Это дает возможность установить и научно обосновать особенности и противоречия развития этики российского предпринимательства в постсоветском обществе, место и значение в контексте российских реформ.

Научная и практическая значимость исследования. Научное понимание и объяснение процесса формирования этики предпринимательства как социокультурного феномена и процесса реформирующегося общества дает возможность контролировать, как со стороны общества, так и со стороны государства, эту важнейшую сферу жизни россиян. В диссертации обосновывается необходимость разработки государственной политики в области этики, что обеспечит научное управление социокультурными процессами. В работе выдвигается ряд концептуальных предложений к составлению программы такой политики.

Материалы и выводы данного исследования могут существенно углубить научное знание о современном социокультурном процессе в России, способствовать дальнейшему развитию научного познания этого процесса, разработке конкретных методик его оптимизации в области государственного управления, образования и воспитания граждан новой России.

Материалы и результаты работы могут быть использованы в преподавании гуманитарных и социальных наук в учебных заведениях.

Эмпирическая база исследования. Центром социологических исследований при АО Камаз с участием автора был проведен социологический опрос на тему: "Современный предприниматель, какой он? ", опрос проводился среди предпринимателей города Набережные Челны. Автором (совместно с профессором Н.С.Фатхуллиным) был проведен опрос студентов-заочников Казанского института МГУК (1998г.)

В работе также использованы данные опроса 1875 человек (в возрасте до 30 лет) в 12 регионах РФ на тему “Молодежь делает выбор”, проведенного Научно-исследовательским центром при Институте молодежи (г.Москва, 1998г.), а также результаты социологических исследований на тему “Система ценностей предпринимателя”, проведенных в 1994 и 1997годах Институтом управления Приволжского отделения РАО (г.Набережные Челны).

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе диссертации “Социальная идентификация предпринимательства как компонент духовной жизни реформируемого общества: этический аспект” рассматривается ряд теоретических и методологических вопросов, раскрывающих концептуальную модель исследования особенностей социальной идентификации предпринимателя в постсоветском российском обществе.

В первом параграфе “Особенности российских представлений о предпринимательстве” феномен восприятия предпринимательства общественным сознанием включается в исторический контекст.

В прошлом для российского общества было характерно двойственное отношение к предпринимательству. Этому способствовало два фактора. Во - первых, это влияние православия на общественное сознание россиян. Религиозные традиции России не способствовали положительной оценке предпринимательской деятельности. Православие категорически отрицает стремление к наживе и накопительству. Во - вторых, традиции негативного отношения к предпринимательству в решающей степени развила коммунистическая идеология в ее советской форме. Труд считался честным, даже почетным лишь в том случае, если человек работал на государство, именно это советская идеология представляла как работу на общественное благо. Государство выступало как регулятор всей совокупности экономических отношений. Это, конечно, снижало хозяйственную, то есть предпринимательскую активность граждан и, как следствие, формировало и закрепляло негативную оценку предпринимательства как чуждого советскому обществу явления. Таким образом, духовные традиции России предписывают восприятие предпринимателя как “чужого”. Это - традиционная норма социальной культуры российского общества.

В дореволюционной России только признание за капиталистами прямой общественной пользы могло оправдать в глазах общества “делового человека”. Отсюда наблюдается то внимание, с которым в русском обществе подходили к благотворительной деятельности промышленников и купцов, и поэтому мы видим широкое распространение меценатства в дореволюционной России. Воспитанный в православных традициях, русский

предприниматель часто не мыслит себя вне круга духовной жизни народа: русский предприниматель нуждался в благотворительном служении и из своих мировоззренческих установок и, одновременно, из необходимости в общественном одобрении своей профессиональной деятельности. Формировалось противоречие социально - классового и гуманистического компонента сознания - позитивная оценка предпринимательства, а значит и его самооценка, оказывалась связана с благотворительностью, меценатством. Но последнее, во - первых, не является необходимым свойством предпринимательской деятельности, а, во - вторых, экономически невозможно для большей части современного российского предпринимательства. Здесь очевиден момент, прерывающий единство исторического процесса развития предпринимательства в России.

Более существенное значение, на наш взгляд, имеет то обстоятельство, что еще до разрушения советской власти проявлялось явное стремление людей к достижению личного благосостояния. Актуализировалась дилемма: нажива или общественная польза? Характерно, что теоретическое осмысление этой проблемы не вышло за пределы ее постановки в классической литературе (Дж. Кейнс, А. Смит, Г. Форд, Ш. Фурье, И. Шумпетер и др.). Уже А. Смит подметил диалектику мотивационной деятельности предпринимателя, когда противоречие между личным и общественным снимается в объективном процессе. М. Вебер подчеркнул мотив служения в процессе генезиса капитализма. Дж. Кейнс и И. Шумпетер разрабатывали проблему социально - психологического типа предпринимательской личности. В этом к ним очень близок С. Н. Булгаков. Еще более остро ставит вопрос об интерактивности мотивационной деятельности предпринимателя Г. Форд, указывающий на то, какую роль играет ее восприятие общественностью: "Стоит только народу сообразить, что производитель ему не служит, и конец его не далек" (Цит. по: Черников Г. П. Предприниматель - кто он? Из опыта российского и зарубежного предпринимательства. Международные отношения, 1992, с. 27). В целом же, в оценке этой дилеммы нельзя не согласиться с Ш. Фурье, видевшим в стремлении к наживе средство прогресса, а если оно проявляется на коллективном уровне, то это - чувство соучастия в общем владении. Формальное противоречие содержательно оказывается мнимым.

Но российской духовной традиции была присуща как раз абсолютизация именно формального противоречия - диалектика двух членов дилеммы игнорировалась, отрицалась.

В результате, вместо выработки интегральной концепции этической оценки предпринимательства наблюдается разведение, дистанцирование трех основных концептуальных подходов.

Концепция морального права опирается на два центральных элемента: во-первых, это автономия личности, во-вторых, равноправный и индивидуальный выбор как право, вытекающее из автономии. В центре концепции лежит понятие морального права личности, восходящее к категорическому императиву И. Канта. Очевидно, что здесь этика предпринимательства, а следовательно, и само предпринимательство, рассматриваются как неотъемлемая часть демократии. Личность не только имеет права, но, с одной стороны, эти права включают право отстаивать свои права перед лицом другой личности, группы или государства, а с другой - общество гарантирует права личности, ее безопасность. Последнее означает как автономию, независимость решений - выборов личности (в том числе и выбора сферы деятельности), так и их непротиворечивость в отношении решений - выборов других субъектов. Понятно, что реализация этой концепции требует институализации межсубъектных отношений и соответствующего им политического пространства в соответствии с категорическим императивом И. Канта. Бесспорно, прогрессивное развитие общества невозможно без достижения социального согласия, основанного на равноправии субъектов. Но в реальных условиях России эта концепция выглядит скорее желанием на будущее, чем проявлением объективно данной тенденции.

Более обоснованной выглядит концепция утилитаризма, ориентированная на коллективистские общественные традиции. Основным положением ее считается полезность, проистекающая из нахождения оптимального решения для того, чтобы принести с его помощью наибольшее количество пользы обществу и себе как неотъемлемой части последнего. Интересы субъекта не могут бесконечно противоречить интересам общества. Иначе такой субъект становится социально опасным, а его деятельность - непривлекательной для контрагентов. Эта концепция отражает межсубъектные отношения в относительно стабильной и долговременной динамике их развития, что также ограничивает и эффективность как методологическую основу разработки идеологии предпринимательства в современных российских условиях.

Третья концепция - этика справедливости. Позитивная, как и концепция морального права, права субъекта и необходимость их социальных гарантий, этика справедливости утверждает возрастание социальной ответственности субъектов по мере перехода от низших ступеней общества к высшим.

Несомненно, что все три концептуальных подхода основаны на общечеловеческих этических принципах - они отражают исторически апробированные этические формы межсубъектных отношений. Их полиморфность связана с неоднородностью общественной морали, разной задействованностью правовых отношений в оформлении деятельности у

различных социальных групп, наличия у них различных приоритетов и ценностей. Основная проблема, стоящая перед российским обществом, - возможность применения данных макроэтических концепций в предпринимательской деятельности, разворачивающейся в социокультурном пространстве постсоветского общества. Узел проблем – оценка предпринимательства как новой страты общества, то есть социальная идентификация предпринимательства в качестве социального субъекта. Однако, макроэтические концепции сформировались на эмпирическом опыте Запада. В попытке использовать их применительно к современным условиям России обозначились три подхода.

Еще в начале 90 - х годов российские авторы (Л.Бабаева ,Ж. Грищенко , Л.Нельсон , Н.Лапина , Л.Новикова , Г.Черников и др.)за отправную точку развития капитализма в России брали достижения стран Запада. Априорно считалось, что переход от планово - централизованного регулирования экономики к рыночному естественным образом породит класс цивилизованных предпринимателей. На российскую почву переводились высокоразвитые отношения западного капитализма. Эти расчеты не учитывали российской реальности не только в социально - экономической сфере, но и в общественной психологии. Данное направление реформистской идеологии, идеализировавшее “нового русского”, формировалось от “противного” - отказа от “старого” и прежде всего от коммунистической морали, замены ее западными социокультурными конструктами.

Другие авторы ориентировались на российские традиции, которые, как они считают, остались в мировоззрении населения (Д.Вогель, Ю.Петров, В. Радаев). Они рекомендовали целенаправленно внедрять и пропагандировать опыт дореволюционного предпринимательства, присущего ему меценатства как проявление истинного гуманизма, который позволит сохранить во вновь создаваемом обществе все достоинства, характерные как для российского капитализма, так и для социализма.

Наконец, третья группа авторов рассматривает современное состояние российского общества как кризисное, а часть реформ относят (по показателям прогрессивности)к контр - реформам. Население поставлено в условия, когда действует один приоритет - выжить. Эта установка определяет стратегические направления развития общества как совокупности различных конкурирующих групп, враждебно относящихся к “чужим”, что способствует пролонгированию и самовоспроизводству кризисной ситуации на неопределенный срок (В.Митрохин, С.Чернозуб и др.).

Таким образом , в современном российском обществе отсутствует интернализованная этическая оценка предпринимательства. Предпринимательство только формируется. Этот объективный процесс разворачивается в контексте социокультурной дезориентации основной

массы населения. Последняя проявляется прежде всего в этической дезориентации всей системы межсубъектных отношений.

Во втором параграфе “Институализация этических отношений в Российском обществе” первой главы рассматривается динамика этических отношений социальных групп и слоев, а также приоритетность тех или иных ценностных ориентаций.

Рыночные реформы придают межсубъектным отношениям форму товарообмена. Приоритетными становятся те свойства “другого”, которые привлекают субъекта, и вся система межсубъектных отношений определяется шкалой ценностей, присущей данным субъектам в данной ситуации.

Глубокий социально - экономический кризис придавал специфические формы процессу духовного развития людей. Лишь небольшая часть населения к настоящему времени преодолела апатию и трагизм своего положения. Это - небольшая группа профессионалов, работающих по найму, и предпринимателей - профессионалов, совмещающих предпринимательскую и профессиональную деятельность, а также “чистых” предпринимателей.

Общество представляет из себя систему, пребывающую в состоянии динамического, то есть относительно неустойчивого равновесия. Пребывание системы в состоянии неустойчивого равновесия является законом общественного развития. Равновесие нарушается в результате человеческой деятельности. Эта деятельность носит производственный и познавательный характер, то поэтому именно развитие производительных сил как это обосновывает марксизм, является причиной прогресса и нарушения общественного равновесия. Таким образом этот процесс носит противоречивый характер. Равновесие не только нарушается, но и восстанавливается в результате сознательной деятельности. В экономике система поддерживается государством непосредственно при централизованном регулировании, или косвенными и прямыми мерами в условиях рыночной экономики. В социальной сфере регулирование экономики поддерживается одновременно законами и общественной моралью. При отсутствии централизованного регулирования экономики начинают активно действовать процессы саморегуляции. Вполне может показаться, что они носят стихийный характер, поскольку протекают вне государственного контроля, в рамках изменения нравственности. В ходе этих процессов в обществе формируются определенные социальные связи, направленные на консолидацию общественных усилий, которые позволяют людям пережить кризис и способствуют его преодолению. Это может происходить ситуационно, когда в ответ на кризисную ситуацию возникает непосредственная реакция в попытке максимальной нейтрализации ее негативных последствий. Или же стратегически,

когда начинает действовать программа по устранению причин кризиса. При этом в обоих случаях кризис может преодолеваться конформистски или нон - конформистски по отношению к другим социальным группам. Обычно в обществе наблюдаются все направления социальных движений - от радикальных и компрадорских - нон - конформистских, до реформистских - конформистских. В современном российском обществе имеется явное преобладание первых движений по отношению ко вторым. Это ведет к усилению пропасти как между социальными группами, так и внутри них, и росту социальной напряженности. Российское государство пока еще не определило своих идеологических позиций по отношению к наемным трудящимся и мелкому и среднему предпринимательству. Борьба за выживание становится основой трудовых и профессиональных отношений в науке, на производстве, в предпринимательстве. Тем не менее на предпринимательство возлагаются надежды как на панацею. Такие надежды в сегодняшних условиях абсолютно не оправданы. Современное государство должно ориентироваться на развитие инфраструктуры бизнеса, а не на использование результатов его деятельности как основного источника пополнения бюджета. Современное общество - это прежде всего научно спланированный подход к достижению социально - экономических целей.

В современном российском обществе в целом господствует приоритет экономических отношений. В любом обществе есть система приоритетов. Но в то же время место, занимаемое комплексом определенных проблем, не является чем - то постоянным. Хотя социальные приоритеты являются достаточно стабильными, чтобы можно было произвольно поднять или снизить тот или иной приоритет. Это происходит только в условиях чрезвычайных обстоятельств. Однако после прекращения воздействия неблагоприятных факторов система приоритетов восстанавливается. В основе социальных приоритетов лежат глобальные и государственные проблемы, нашедшие свое место в мировоззрении большинства. Они определяются через образ действий и выражаются на всех уровнях поведения - от индивидуального до классового.

Под воздействием групповых политических действий происходит искажение приоритетов. Это означает отход от решения объективно существующих проблем. Реально существующие приоритеты не совпадают с объективно существующими проблемами, решение которых уже является насущной необходимостью. Важнейшей из них является исключение из социальной политики одного из ее основных объектов - работника. Государственное руководство в 90 - е годы отказалось от регулирования отношений на производстве, тем более, что большая доля предприятий перешла в частные руки. Регулирование отношений между владельцем и работниками было отдано на откуп

директорату. Предприниматели, получив карт - бланш в области регулирования доходов каждого работника и не чувствуя контроля со стороны государственных органов, заимев, часто в обход законов, в собственность государственные предприятия, стали самолично распоряжаться их доходами. Обязательные моральные ограничения, которые должны быть наложены на законодательную базу, отсутствовали. Выглядит весьма убедительным утверждение, что общий уровень культуры, в том числе и положения нравственности, определяются так называемым "уровнем цивилизованности" населения, достигаемый общими усилиями различных социальных групп и институтов - разработанными законами, диалектикой моральных норм, вырабатываемых в противоречиях и противоборстве этих социальных групп. В случае ослабления социальной роли некоторых субъектов взаимоотношения приобретают неравноправный характер. Мораль становится более зависимой от групповых норм, законодательного и социального неравенства, чем от своих универсальных норм и исторически сложившихся традиций. Те меры, которые принимались правительством за последние годы никак нельзя назвать единой, последовательной и научно обоснованной социальной политикой. Государство обращало внимание только на ставшие самыми неимущими слои населения, такие, как пенсионеры, инвалиды многие работники государственных предприятий и учреждений.

Экономические приоритеты в современной России настолько опережают все остальные, что их уже можно назвать гипертрофированными. Гиперболизация экономических приоритетов, их необыкновенный отрыв от других социальных приоритетов происходит вследствие глубокого социально - экономического кризиса в России. Общественная этика воссоздаёт экономический приоритет в форме нарастающего отчуждения социальных слоёв и отдельных индивидов друг от друга и общего отчуждения труда у трудящихся. Произошла гипертрофия такого элемента общественной жизни, как экономическая жизнь. Для правящей группы рынок как экономическая свобода - это удобный термин для прикрытия отказа государства от выполнения своих прямых обязанностей - регулирования социальных отношений. Современная жизнь не может ориентироваться на торговые отношения и на саму экономику в целом как на безусловно преобладающие. Это положение определяется тем, что цели конкретного общества и государства всё более приближаются к глобальным общечеловеческим целям. На путях исключительно экономического роста и экономической модернизации разрешить эти проблемы невозможно. Только комплексная социальная программа при доминантном положении теоретического знания и мобилизации сил основных социальных институтов позволяет наметить подходы и пути разрешения этих проблем.

Отсутствие продуманной протекционистской политики, будь то в отношении защиты внутреннего рынка, или приобретения новых зарубежных технологий для нужд отечественного производства, прежде всего, сказывались на российских производителях. Крушение банковской системы в августе 1998 года и резкое падение ввоза товаров из - за рубежа дало им некоторый шанс. Но такое положение сложилось не благодаря, а скорее вопреки намерениям прежнего руководства. Законодательная и налоговая базы в отношении предпринимательства существенным образом пока не изменились. Условия создания новых производств выглядят крайне затруднительными. Для того, чтобы "запустить" новый продукт, нужно с первых же шагов иметь мощную производственную базу, или крайнюю необходимость в появлении такого товара на рынке, плюс отсутствие иностранной конкуренции, или великолепное качество собственного продукта в сочетании с невысокой ценой. Высокие издержки производства, отсутствие налоговых льгот затрудняют развитие отечественного производства даже при наличии капитала и квалифицированной рабочей силы.

Преимущества торгового капитала очевидны: отсутствие иностранной конкуренции, поскольку на внутреннем рынке основная масса товаров - зарубежного производства; меньший риск; меньшие капиталовложения; быстрая отдача и оборачиваемость средств. Всё это формирует особый стиль мышления и поведения российских предпринимателей - тип торгового капиталиста. Торговый капитализм является менее специализированной и во многом более упрощённой формой предпринимательства. Психологически занятия торговлей более универсальны: они более ориентированы на межгрупповые, чем на внутригрупповые отношения.

Тем самым как в межгрупповом пространстве, так и внутри группы предпринимателей существуют глубокие различия. Сложившаяся в обществе ориентация на преимущественное развитие товарно - посреднического капитализма, с одной стороны противоречит задачам прогрессивного развития производительных сил. Более того, и традиции российского восприятия предпринимателя, и обнищание масс при сохранении такой ориентации формируют негативное отношение к предпринимателю как социальному субъекту. Он не идентифицируется со "своими". С другой стороны, та же самая ориентация направлена на достижение стабильных, взимовыгодных межгрупповых отношений - она "принуждает" видеть в "другом" партнера. Поэтому она более связана с общедемократическими этическими представлениями, чем с узкогрупповой, клановой этикой.

Ценностные ориентации в современном российском обществе не представляют собой сколько - нибудь значительной целостности. Это свидетельствует о неоформленности

устойчивых организационных форм социальных отношений. Особенно это характерно для нарождающегося российского предпринимательства. Поскольку этот слой является самым молодым, то он складывается из представителей разных слоев, ценностно - этические установки которых активно влияют на формирование этики предпринимательства. Это влияние характеризуется взаимодействием различных, подчас противоположных установок, представляющих собой основу новой этики. Следовательно, этика российского предпринимательства генетически противоречива. Вхождение представителей тех или иных слоев в новую стратегию определяется тем, в какой степени эти слои затронуты кризисом. Однако, такое вхождение имеет явно негативный отпечаток, поскольку носит вынужденный характер. Данным обстоятельством своего формирования российское предпринимательство отличается от западного.

Российское предпринимательство возникло на почве высокоразвитой экономики, в условиях сложившегося, хотя и ограниченного, рынка. Недостатки советской экономики ни в коем случае не умаляют того факта, что страна находилась на самых передовых рубежах научной, технологической и производственной деятельности во многих областях. Поэтому при том характере приватизации, который был осуществлён в России и назван грабительским, определённые группы людей получили большие, часто неограниченные возможности распоряжения имеющимися государственными ресурсами. Целенаправленно проводилась точка зрения, что для развития предпринимательства этот факт имеет решающее значение, поскольку именно возможность концентрации капитала создаёт базу для успешного бизнеса. Отсюда вырисовывается важная проблема, которая связана с неравенством стартовых возможностей населения России. В условиях современного политического курса это различие закрепляется и усиливается. Косвенным образом именно оно ответственно за многие кризисные явления в нашем обществе. Предпринимательство не получило позитивного импульса от общественного сознания. Мотивация к занятиям бизнесом остаётся недоразвитой. Главным сдерживающим фактором остаётся бесперспективность частной инициативы в условиях господства монополистического и государственно - монополистического капитала. Если для молодёжи этот фактор не является решающим при выборе вида деятельности или профессии, то для представителей интеллигенции он определяет общее отношение к бизнесу. Роль специалистов в развитии предпринимательства могла оказаться решающей, могла создать настоящую опору нового движения во многих социальных слоях, а не только у самих удачливых бизнесменов. Если бы они могли применить свои профессиональные знания в собственном бизнесе, то явно получили бы преимущество перед любым конкурентом - чиновником или монополистом. Их отношения,

основанные на профессиональной и социальной компетенции, характерной для интеллигенции, с крупным капиталом строились бы на договорной основе и позволили бы создать условия для развития предпринимательства в областях, где возможна разработка и применение новейших достижений научно - технического прогресса. Это позволило бы развивать производство во всех направлениях, поскольку мы имеем множество высококлассных специалистов во всех сферах экономики. Занятия бизнесом молодежи, только вчера окончившей школу, не могут дать преимуществ ни в укреплении самой экономики, ни в распространении предпринимательского сознания. Установка на занятия бизнесом низкообразованной части общества может породить, и породила невежественный капитализм и некомпетентного предпринимателя. В среде высшей страты российского общества эта невежественность носит в основном общекультурный характер, приводящий к аморальности при принятии решений, а в среде инициативного капитализма она приводит к сужению области деятельности до занятий торговлей и обслуживанием, где не требуется высокого уровня знаний. Таким образом, области, в которых взаимодействуют крупное и мелкое предпринимательство, различаются по сферам деятельности в рамках рыночного взаимодействия. С другой стороны, это взаимодействие является очень тесным, поскольку мелкий и средний бизнес замкнут на монополистический капитал. Поэтому мораль этой группы предпринимателей является неустойчивой, а, значит, и открытой для проникновения в неё этики преступного мира и аморальной идеологии высших слоёв и одновременно формируется под влиянием универсальных ценностей.

На основе этих разнородных установок формируется этика предпринимательских отношений, представляющая из себя компромисс различных мировоззренческих установок. В целом общественные надежды можно связывать с тем фактом, что постоянное пополнение рядов мелкого предпринимательства рабочими и интеллигенцией создаёт предпосылки для консолидации этого социального слоя вокруг универсальных, а не групповых моральных норм. В этом заключён большой потенциальный заряд прогрессивной предпринимательской энергии. Частная инициатива стала неотъемлемой частью жизни общества. Её развитие должно стать инструментом прогрессивного движения. Оно должно способствовать мобилизации творческого потенциала во всех областях общественной деятельности. Такое широкое объединение возможно только при наличии общих целей и одобряемых обществом средств и путей их достижения. По этой причине оно возможно только в рамках исторически утвердившейся в обществе морали. Только после апробации этой морали в новых условиях частного предпринимательства, когда на основе имеющихся нравственных принципов вырабатываются новые этические нормы, возможно укрепление положительных оценок роли

частного бизнеса в общественном сознании. Предпринимательская этика должна стать гармонично развивающейся частью общественной морали, она должна пройти определённый исторический путь адаптации к российской действительности. Она не может быть привнесена в общественное сознание извне. Ускорение социально - экономического развития не позволяет российскому населению вырабатывать новые нормы этики в течение сотен лет, как это происходило в странах Западной Европы. История поставила жёсткие временные рамки этому процессу. В этих условиях вполне естественно использование того положительного нравственного потенциала, который не только когда - то существовал в России (до 1917 - го года - религиозная мораль), но в решающей степени тот, который господствует в обществе в настоящее время и сохраняет традиции советского периода.

Вторая глава диссертационного исследования - "Этика предпринимательства в поликультурном пространстве постсоветского общества". В первом параграфе "Формирование этики предпринимательства как интерактивный социокультурный процесс" становление этики предпринимательства рассматривается под углом зрения интерактивности социокультурного процесса.

Рассмотрение этики современного российского общества, включая и этику российского бизнеса, требует выявить как общие, так и особенные черты. Очевидной особенностью российского, всё более приобретающего предпринимательский характер, менталитета, является его потребительская основа. Он начал формироваться на базе государственной идеологии в области использования ресурсов. В свою очередь эта государственная идеология является отражением распорядительной идеологии государственного чиновничества. Российский бизнес с самого начала опирался на чиновничество. Мировоззренческие основы потребительской идеологии формировались через государственную политику распоряжения собственностью, которая в России имеет глубокие традиции.

Большое внимание к проблемам предпринимательства объясняется не только тем, что российское общество перешло к рыночной экономике, но и тем, что предпринимательская культура оказывает значительно более заметное влияние на общественную мораль и духовную жизнь, чем просто факт формирования данной социальной группы. Она охватывает все сферы экономической жизни, и на этой основе осуществляет интервенцию в формирование моральных норм внутри различных социальных групп. Это повышает уровень ответственности бизнеса перед обществом. Если общество в лице государства или гражданского общества не берёт под свой контроль частный бизнес, то он способен разрушить те общественные связи, которые вступают в противоречивое взаимодействие с предпринимательством. Это может привести к социально-негативным явлениям в масштабе

государства. Дело в том, что предпринимательская культура формируется в зависимости от экономической реальности. Естественно, что она опирается на общественную культуру, но при изменении экономических условий, вслед за которыми происходят изменения в социальных отношениях, та культура, которая в первую очередь оказывается затронута изменениями, начинает наибольшим образом влиять на всеобщую мораль. Культура бизнеса в данном случае сыграла такую роль. Она стала катализатором развития новой морали в российском обществе, в значительной степени противоречащей культуре традиционной. Общероссийская культура состоит из нескольких субкультурных комплексов. Это субкультуры различных социальных слоёв и классов и культурные особенности различных профессиональных групп. Культура предпринимательства, занимая значительное место среди прочих культурных комплексов, в свою очередь состоит из нескольких компонентов: культуры крупного бизнеса и культуры мелкого и среднего бизнеса. Крупный бизнес, как уже отмечалось, возник и развивается на основе отношений, сложившихся в среде партийного, комсомольского и хозяйственного чиновничества, наследование которых привело к столь аморальному поведению правящих кругов в условиях капитализации экономики. Подавляющее большинство активного населения были наёмными трудящимися. В то же время высшая страта советского общества, в которую можно включить социальные слои высших партийных, советских и хозяйственных чиновников, была фактическим распорядителем государственной собственности, не обременяя себя какой-либо ответственностью за последствия своей политики. Чиновники были заинтересованы в увеличении потребления ресурсов и наибольшем объёме выпускаемой продукции без учёта потребностей рынка. Загрязнение окружающей среды достигло во многих регионах критических значений, как на полуострове Ямал в результате деятельности газодобывающей отрасли или в Кузбассе в результате деятельности металлургических предприятий. Распорядители собственности не отвечали за её сохранность, а заботились только о динамике её изменений. В 90-е годы, получив возможность приватизировать государственную собственность фактически даром, руководители предприятий и чиновники стали крупными собственниками, но при этом оставили за собой право государственной помощи на том неформальном основании, что сам процесс приватизации проводился в интересах всей высшей страты и она сполна желала пользоваться ее плодами. Потребительское отношение к людям, природным и государственным ресурсам осталось одним из основных элементов морали высших кругов. В новых социально-экономических условиях потребительство элиты получило возможность для дальнейшего бесконтрольного развития.

В условиях сверхэксплуатации наемных трудящихся и использования неприкрытого насилия ко всем нижестоящим социальным слоям средняя и низшая страты подвергаются сверхвысокому давлению. В российском обществе средние слои находятся в значительной степени за чертой бедности и на уровне прожиточного минимума. Их нельзя отнести к средней страте или среднему классу по своему имущественному положению. Соответственно мораль подавляющего большинства также подвергалась сверхвысокому давлению. Находясь на уровне выживания, люди вынужденно пересматривают свои представления о жизненных приоритетах и их мировоззренческих основах. Межличностные отношения также изменяются вслед за изменениями в мировоззрении. Насколько далеко идущими окажутся эти изменения определить невозможно в силу того, что подобные процессы в настоящее время протекают весьма активно и динамично.

Очевидная связь этики предпринимательства с проблемой самореализации человека в реформирующемся обществе является предметом исследования во втором параграфе “Этика предпринимательства и проблема самореализации человека в реформирующемся обществе” второй главы диссертации. В основу реформационной идеологии был положен принцип экономической целесообразности. Сам по себе он является явно ущербным в силу известной односторонности, но может еще не привести к катастрофическим последствиям, если действуют сильные государственные и общественные ограничители. Экономическая целесообразность начинает конструктивно “работать” только после того, как установлены определенные общественные императивы. Развитие современного общества зависит прежде всего от того, насколько оно способно поддерживать творческие потенции личности. Проблемы этики становятся проблемами личностного характера. Этика является универсальным мерилем, благодаря которому возможно создание гармоничной системы общественных отношений. Это происходит потому, что сами положения этики универсальны. Само понятие о существовании нескольких этических систем достаточно условно. В обществе создаются такие способы взаимодействия индивидов, которые служат цели сосуществования. Особенно важно, что индивиды принадлежат к различным социальным группам. Частные этические нормы развиваются на основе господствующего в обществе отношения к самооценности личности и мировоззренческих основ поддержки универсальных норм нравственности. Объектом изучения этических систем и носителем этических норм является индивид. Именно поэтому важнейшую роль играют мировоззрение человека, его потребности и интересы. Большое значение имеет выяснение адекватности осознания своих интересов, возможностью сочетания индивидуальных и общественных интересов.

По сути, предпринимательство в современном российском обществе не является профессией в том виде, в каком оно предстаёт при определении её как деятельности индивида, направленной на достижение определённой цели с помощью определённой суммы знаний и опыта. При определении культуры предпринимательства выделяется тот факт, что она крайне неоднозначна. Носители профессиональной культуры предпринимательства не представляют собой единой социальной группы в мировоззренческом и ценностном отношении. Ценностные ориентации изменяются в зависимости, во – первых, от субъекта, во – вторых, от вида профессиональной деятельности, уровня образования, общей культуры, пола, возраста, трудового стажа (если полученная профессия совпадает с ведущей деятельностью) и т. д.

Правомерно утверждать, что изменение этических норм происходит только в тех областях, которые подвергаются сильному внешнему воздействию. Поэтому, следуя за этими изменениями, можно проследить процесс актуализации тех или иных социальных проблем. В 90 - е годы ясно выделилось несколько направлений изменений этических ориентаций. Выделяется несколько периодов.

Первый период - нарастание демократических настроений и определённой общественной эйфории по поводу происходящих изменений. Это вторая половина 80 - х годов. В области этики происходит некоторое упрощение отношений, их демократизация. Этот процесс облегчается тем, что он начал развиваться в условиях государственных гарантий трудоустройства и социальной защиты. Поэтому демократизация затронула и вертикальные, и горизонтальные отношения на производстве и в общественной жизни. Наибольшее развитие она получила в профессиональных группах интеллигенции и в политических и общественных движениях, объединивших социально наиболее активную часть населения, стремящуюся к изменениям. Эта группа личным примером стремилась осуществить свой собственный идеал общественного устоя. "Капитализация" в образе этого идеала играла не последнюю роль. Отношения конкуренции пропагандировались как панацея от застоя и неподвижности в обществе. Произошло некоторое смещение понятий в области того, что такое застой в общественных отношениях и что есть стабильность этих отношений. "Стабильность" и "застой" в конце 80 - х воспринимались как синонимы. Сами представители интеллигенции считали себя непременным авангардом в области конкуренции. Свой успех и достижения в советской системе они считали в целом справедливым отражением своего труда. Конкуренция воспринималась как возможность более адекватной оценки этого вклада.

Второй период - переход к практической реализации отношений конкуренции. Они не стали господствующей формой общественных связей, поскольку "свободной конкуренции" общество получить не могло просто потому, что такое состояние общества стало уже достоянием прошлого. Этап свободной конкуренции был пройден в XVIII - XIX веках. Современное общество не может себе позволить дезорганизацию общественных связей, чтобы затем создалась новая свободная система. Государственное руководство решило, тем не менее пойти по этому пути. Такое решение стало причиной неограниченного роста коррумпированности чиновников и преступности. Интеллигенция осталась на обочине преобразований потому, что её роль была ограничена сферой идеологии. Для обеспечения правящего режима достаточным количеством подобных идей и информации оказалось достаточно средств массовой информации столицы, "ручных" изданий в регионах. Следствием этого явилась этическая аномия, замещаемая религиозными или прозападными конструктами, постепенно вытесняемыми формирующейся доминантой этики "выживания". С середины 90 - х годов начинается третий этап, который характеризуется нарастанием конфликтности в политическом пространстве российского общества, инициирующий диверсификацию этики предпринимательства: ослабевает общечеловеческая компонента в этике крупного бизнеса и, соответственно, она же усиливается в этике мелкого и среднего предпринимательства на фоне прогрессирующего размывания других корпоративных этик. В этом плане особое значение приобретает именно проблема формирования этики и предпринимательства вообще, а мелкого и среднего предпринимательства как носителя цивилизационной, общечеловеческой этической компоненты в условиях рыночной экономики.

Эта проблема рассматривается в третьем параграфе "Особенности этики мелкого и среднего предпринимательства в реформирующемся обществе" второй главы диссертации. Этика мелкого и среднего предпринимательства выступает как элемент массового сознания. Мелкое и среднее предпринимательство вырастает из слоя наемных трудящихся и остается органически связанным с присущими этому слою особенностями мышления и поведения. Уже поэтому оно оказывается посредником между старыми и новыми формами социальных отношений, закрепляемых этическими конструктами. Существенным фактором формирования этики является репутация предпринимателя. Репутация представляет собой устойчивое представление о человеке, сформировавшееся на основе оценки его поведения. Предпринимательство не может успешно развиваться без опоры на репутацию. Экономическая жизнь протекает настолько стремительно, что юридическое оформление каждой сделки или изменения отношений может быть причиной потери времени, а значит

выгодных сделок и прибыли. Репутация проявляется по отношению к партнёрам и по отношению к потребителю. По отношению к потребителю она выражается в качестве товара, в длительном пребывании на потребительском рынке. Приобретение репутации - длительный и сложный процесс. Кроме качества и доступности продукции огромное значение для успешной конкуренции, а значит и репутации, имеет реклама. Она выполняет две основные функции: представление качества и цены товара, а также незыблемости принципов и философии фирмы. Качество товара, поведение фирмы покупатель должен связывать с её девизом. Философия фирмы работает как её репутация. Она является продуктом её развития.

Для утверждения репутации мелкого или среднего предпринимателя требуется гораздо меньше времени, чем для утверждения репутации крупного бизнеса. Репутация на рынке важнее всё же для имени, которым обладает фирма. Для предпринимателя, более важное значение имеют отношения с партнёрами. Российский бизнес полноценно пытается использовать понятие репутации. Но только крупный бизнес пользовался репутацией известных в народе учреждений и организаций, например СМИ и государственных учреждений, используя её в своих целях. При этом дельцы беззастенчиво злоупотребляли традиционным доверием населения к этим институтам. От этого серьёзно пострадала репутация как тех так и других, плюс общая репутация предпринимательства, которая даже лексически стала употребляться вместе со словами "обман", "воровство" и т. п.

Отношение к торговцам у российского гражданина также сформировалось вполне определённое. Государственная торговля приучила людей к воровству и обману со стороны продавцов и торговых организаций. В советское время это был способ реализации льгот с помощью игр с ценами, дефицита и подобными проявлениями монополии. Частная торговля не лишена многих недостатков государственной торговли. Основная причина этого - люди, задействованные в ней. В системе частной торговли это может быть и мошенничество с продажей некачественной продукции или обманом покупателя при продаже товара. Мелкие предприниматели более всего ориентированы на удовлетворение спроса. Именно малый бизнес в условиях кризиса снижает накал социальной напряжённости. В обществе существует определённая терпимость по отношению к обману со стороны продавца. Выяснение обстоятельств обвеса или недоплаты, если такое случается, происходит непосредственно на месте, и после этого обычно не происходит обращения с жалобами к руководству данного предприятия. В целом народ не выражает недовольства по отношению к мелкому воровству и надувательству. Резко отрицательную оценку приобретают случаи крупного воровства и казнокрадства.

В основе развития малого бизнеса лежат доверительные отношения. Отсутствие доверия ограничивает возможности манёвра предпринимателя. Он не имеет возможности быстро ориентироваться на рынке, мобилизовать финансы, теряет возможности заключения выгодных сделок. Недобросовестность партнёров, столь широко распространённая на территории бывшего Советского Союза, создаёт барьер недоверия к людям, не входящим в круг доверенных лиц бизнесмена. Личная репутация становится едва ли не единственной возможностью ведения бизнеса. Мошенничество существует как вид профессиональной преступности. Оно достигло большого развития в условиях ослабления, а то и ликвидации государственного контроля над многими сферами деятельности, в особенности касающихся межличностных деловых отношений. На многочисленных примерах того, как используются государственные каналы для проведения мошеннических операций, подрывается главный элемент этики - доверие. Использование средств массовой информации для рекламы финансовых пирамид, использование государственных учреждений и ресурсов в целях частных структур лишило государство и крупный бизнес доверия со стороны населения.

В свою очередь мелкие торговцы, стремясь собрать необходимую сумму, в основном полагаются на своих знакомых и рекомендации друзей. Но даже в этих условиях появилась группа людей, готовых пожертвовать собственным именем для того, чтобы любым способом заполучить крупную сумму денег, и готовых порвать ради этого все родственные и дружеские связи. Мошенничество подрывает развитие доверительных отношений. Оно является неотъемлемым спутником неотработанных механизмов становления мелкого бизнеса. Это часто встречающееся явление, но оно не может помешать процессу утверждения доверительных отношений как основной формы ведения дела.

Репутация предпринимателя основывается на его личных качествах. Честность в отношении деловых партнёров, соблюдение взятых на себя обязательств, отсутствие сомнительных контактов укрепляют уважение к личности предпринимателя. Репутация - это признанное уважение, которое выражается в существовании климата доверия вокруг этого человека, что создаёт условия для успешного ведения деятельности. Именно с ней связано прежде всего позитивное изменение социокультурного пространства постсоветского общества, в котором формируется этика нового российского предпринимательства.

В заключении диссертации сформулированы основные выводы и предложения, определены перспективы исследования с дальнейшим совершенствованием методологии и методики изучения этики как социокультурного процесса, как неотъемлемого компонента духовной жизни современного российского общества, а именно:

1. Становление новой постсоветской субъектности происходит на фоне отсутствия общезначимой “культурной перспективы”, консолидирующей идеи;

2. Необходимо усиление роли государственного регулирования экономики социальных отношений;

3. Необходимо формирование государством целостной общественной морали;

4. Политика в области предпринимательства должна опираться на развитие частной инициативы, прежде всего, в производстве, и особенно в сферах, связанных с применением новейших достижений науки и техники;

5. Необходимо формирование единой внешнеполитической и внутривнутриполитической государственной идеологии;

6. Социально-экономический прогресс невозможен без гармонизации социальных отношений;

7. Новым социальным отношениям необходимо искать опору в системе господствующих этических норм;

8. Поскольку этика предпринимательства противоречит традиционным для российского общества этическим установкам, а основная масса населения дезориентирована и дезорганизована, поскольку именно мелкий и средний предприниматель становится наиболее вероятным потенциальным субъектом новой этики;

По теме диссертации опубликованы следующие работы:

1. Свобода деятельности как этическая категория. Материалы третьей научно-краеведческой конференции. Сборник 4, раздел “Экономика. Образование и инновационные процессы”, Набережные Челны, 1996

2. Предпринимательству - государственную поддержку. Материалы третьей научно-краеведческой конференции. Сборник 4, раздел “Экономика. Образование и инновационные процессы”, Набережные Челны, 1996

3. Личность предпринимателя в условиях рыночных отношений. Материалы научной конференции “Человек и смысл его бытия”, Казань, КГУ, 1996

4. Эволюция индивидуализма в западно-европейском обществе. Межвузовский сборник: “Современное общество: пути к осмыслению своей цивилизованности”. Набережные Челны, КамГУ, 1998



ЛР N 020342 от 7.02.97 г.

ЛР № 0137 от 2.10.98 г.

Подписано в печать

Формат 60x84/16

Бумага газетная

Печать ризографическая

Уч.-изд.л. 1, 3

Усл.-печ.л. 1, 3

Тираж 100 экз.

Заказ 24

Издательско-полиграфический центр Камского политехнического института

423810, г. Набережные Челны, Новый город, проспект Мира, 13

2-00